

2018年中国互联网保险行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网保险行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340234340234.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、我国互联网保险发展中存在的主要问题

相对传统保险而言，互联网保险最大的特点是方便、快捷、跨地域，由于中国网民基数巨大，我国互联网保险发展迅速，但这种高速发展暴露出很多问题和风险，主要体现在以下几个方面：

1.保险产品同质化严重以及保险公司间缺乏差异性。保费规模虽然在以较高的速度增长，但我国的互联网保险市场有着明显的初级阶段特征，各方面还不够成熟，主要体现在产品种类单一，局限于条款相对简单、责任义务明确、期限较短的产品，有些情况下，几项保险产品不仅名称相似，而且条款费率、保障范围、除外责任也都很相似，这会影响到投保人对产品的认同度，进而导致同质化产品的低水平市场竞争，更不能有针对性地满足客户需求。譬如，在退货运费险这一产品平台上，就有华泰财险、国寿财险、众安财险及人保财险等诸家公司共同瓜分市场；寿险产品平台上，泰康“微互助”发布不久，国华人寿便推出类似产品“求关爱”。产品同质化使得市场竞争陷入价格战，压缩利润空间，不利于互联网保险的发展。因此，互联网保险产品须规避同质化问题，走差异化路线，根据消费者需求设计产品，从而完善市场，增强竞争力。

此外，现有的互联网保险产品还局限在标准化程度高、较为简易的产品范围内，例如车险、简单的理财类保险等标准化产品。因为通常而言，保险产品标准化程度越低，越难以推广，而较为复杂的保险产品也不适于互联网“场景化、碎片化”的营销方式。因此，开发更具竞争力的保险产品以及便捷式服务，突破现有模式的桎梏，创造更为广阔的平台，是互联网保险当前面临的最大挑战。

2.客户流量及忠诚度转化为实际消费需求存在一定难度。建立保险的互联网平台仅仅是第一步，关键在于如何吸引客流量，提升客户忠诚度，将用户浏览量转化为实际销售量。由于保险产品的特殊性，一般互联网用户不会主动登录其平台，所以需要加大宣传力度，利用传统媒体、大型搜索引擎等平台加强公众认知。

图表：主要保险公司平台和电商平台流量规模（周平均）

图表来源：公开资料整理

由上表可看出，我国几大保险公司的网上平台与电商平台的流量规模不在一个数量级，远远没有发挥互联网对于客户的吸引作用，主要原因在于没有形成客户对保险平台的黏性。黏性可以从与客户的互动、参与度、使用频率等方面来增强，通过各种媒体、社交网络平台宣传增强知名度，以重视细节、注重客户感受来赢得客户忠诚。网站建设也是关乎消费者体验的重要部分，建立友好界面，注册快速简单，单证材料递送顺畅，支付便捷，这些都是提升消费者满意度的关键细节。网络营销不同于实体销售，若给消费者带来不顺畅的感觉，消费者只需轻点关闭就可以退出系统，所以消费者使用过程中的每个细节都关乎营销的成功率，都需要认真对待。由于互联网平台的广阔性，具有吸引力的网站平台也已屡见不鲜，在做好

产品及服务营销的同时，要重视宣传手段，增强与客户的互动，如通过举办活动或抽奖转发来增加客户流量及黏性。

3.相关法制不健全以及法律纠纷解决机制匮乏。中国保监会曾连续出台几个与互联网保险业务相关的监管文件，但从整体法律环境上看，法律法规层面仍存在缺位现象。正因为互联网保险法规的不健全，互联网保险纠纷问题也不断出现，主要表现在跨地域投保纠纷、保险赔付额小和数量多，以及保险赔付证据电子化的法律效力等问题。由于目前的互联网保险业务主要以车险和小额保险为主，发生大额保险法律纠纷并不多，但仍需要建立针对解决互联网保险纠纷的平台，合理合规、快速有效地解决互联网保险法律纠纷问题。

4.新兴业务的监管缺乏以及对潜在风险的监管不到位。互联网保险监管的宽松环境促进创新发展，但宽松的环境会因过度创新带来不良竞争。从保护消费者利益出发，在市场行为规范、机构管理、系统性风险、市场退出机制等方面对开展互联网保险业务的公司和机构进行监管，尤其应注重公司的偿付能力，通过产品审批、单独核算等制度确保其有足够的偿付能力。

由于互联网运营在全国范围内开展，跨区域的互联网保险监管存在权限问题，导致相关的监管主体缺失，容易滋生相应风险，需要政府有条件地放开部分险种的经营区域限制。随着互联网保险行业的快速发展，新的问题将不断出现，远不止上面几个方面，还存在诸如信息安全问题、专业技术人员缺乏等。当然，互联网保险机构在发展过程中，需配合监管部门建立相关的应对机制，让互联网保险更好更快地服务消费者。

二、我国互联网保险未来发展路径

互联网保险是新时代科技发展条件下商业保险发展模式的变革和创新，也是满足未来数十倍市场增长空间的必要条件，互联网的日新月异给保险业带来无限可能与机遇，但互联网保险的发展并非一蹴而就，虽然发展势头猛，潜力巨大，仍需正视其面临的问题。加强监管及立法措施，建立互联网安全防范体系，应对互联网保险中存在的各类风险。这里有必要进一步强调，必须认识到互联网金融尤其是 P2P 野蛮发展带来的教训，在总结经验的基础上，重视互联网保险创新发展与严格监管的平衡走向。

（一）提升基于大数据分析的保险产品精准定价能力和定价水平

毋庸置疑，大数据技术有助于保险公司精确把握网络用户特征，分析其风险概率，从而进行准确定价，有利于提高保险的营销效率，为客户提供更优质的个性化服务。

首先，关于产品设计，传统保险产品设计是根据历史数据，通过建模计算保险费率，但这种方法无法判断消费者在决策时的真实态度，大数据技术的成熟运用可以分担保险需求计算的重担，通过消费者行为的数据反馈，确定风险概率，从而运用到保险产品的设计中去，还可以动态优化调整保险产品，使产品设计更加完善精准。

其次，关于消费者偏好及性格的大数据收集可以从多个方面进行，比如消费产品种类及档次、网络购物退货率、收入水平、文化水平、从事职业、兴趣爱好、购物习惯、价值底蕴等，在了解基本存在的风险、消费者的风险偏好、承担损失的能力等因素后，定制费率个性化

、责任个性化、标的人群个性化的产品，实现精准营销。例如车险，车损的风险与车的品牌型号、行驶里程数、驾驶员驾驶习惯、路况、车辆用途等相关，大数据在收集后三种信息时具有优势，甚至可以关联投保人的交通处罚等记录，这样在续保时保险企业可根据更多风险信息作出决策，有助于获取更大利益。

然而，分析挖掘数据及数据背后的价值是复杂漫长的工作，需要各种专业人才的共同努力。首先通过初步数据投放第一批产品，根据数据反馈，及时调整及改进，再进行第二批投放，这样可以实现产品的动态发展。客户是保险业发展的重要驱动力，实现以客户为中心的转型，使得保险供给与需求走向统一，保险销售和消费都回归理性，减少销售误导，真正发挥保险的社会稳定器作用。

（二）催生互联网保险投保与理赔等服务的自助化和移动化

相比之下，互联网保险投保和理赔方式较为快捷简便，在官方网站或权威平台进行投保也不用担心被骗。网上投保优势主要体现在以下几个方面：首先，购买平台主要有保险公司官网、第三方代理销售网站、电子商务平台等，消费者可以进行充分比较，做出合适选择；其次，险种的选择更具有自主权，代替传统模式中保险销售人员灌输式的推销，网上投保时可以自由地与在线客服沟通，了解产品及服务；再者，第三方支付平台的应用使得保费支付简单快捷，客户也可以选择其他适合自己的支付方式。所以，网上投保最大的便利体现在给予客户最高程度的自主性，足不出户便可购买保险，节省时间及精力。理赔服务同样如此，理赔的流程是影响客户满意度的关键方面，理赔流程冗长繁复可能造成客户对于互联网保险的不信任，所以一旦出险，理赔工作应快速进行，及时与投保人沟通，缓解其焦急情绪，让客户投保安心，理赔省心，以此提高公司的声誉及续保率。无论投保还是理赔要实现自助化才能更好地迎合消费者的需要，而自助化的移动 APP 终端将是未来互联网保险发展的方向，只有把握好移动电子化市场，互联网保险才能为消费者实现各种自助服务。

（三）推进互联网保险与其它互联网行业合作发展

在保险企业简单地把业务互联网化后，很多互联网保险产品能吸引眼球但是缺乏切实可保利益。新型的互联网保险应该借助互联网的一些知名企业平台，提高自身品牌传播效率，通过跨界合作将其它企业品牌的用户黏度转移到互联网保险上来，同时借助互联网分销模式以快速了解用户对保险产品的反馈。特别是互联网金融领域内，其它互联网金融业态与互联网保险混合发展，将成为未来一定时期内互联网金融发展的趋势之一。我国互联网保险目前更多的是传统保险业务在互联网的再现，要实现真正意义上的互联网保险，必须立足于大数据，通过大数据的精细挖掘提供个性化保险设计和服务，依托移动终端实现消费者服务自助化，与其他电子商务品牌企业进行跨界运作，才能更好地实现互联网保险的生态化发展。

（四）注重互联网保险创新发展与适度监管的平衡宽松的监管环境促进创新发展，但一味宽松的环境会带来不良竞争，所以要以鼓励创新和适度监管为基准，使二者尽量平衡，以实现社会效益的最大化。首先，从保护消费者利益角度出发，在市场行为规范、机构管理、系统性风险、市场退出机制等方面对开展互联网保险业务的公司和机构进行监管，尤其注重公

司的偿付能力，通过产品审批制度、单独核算制度等确保其有足够的偿付能力。其次，监管的同时不能遏制创新积极性，应以包容的态度，采取多样化手段，如行业自律、机构内部监管、社会监督等，让保险市场在资源配置中发挥决定性作用，以实现创新与监管的动态平衡。最后，应尽快建立起一整套互联网风险防控和监测体系，完善个人征信系统。个人征信系统应涵盖个人信贷信息和其它参保缴费信息；同时，该系统还能提供个人信用分析，其信用评估内容不局限于借贷，日常生活中可纪录的行为，如网上购物退货率等，也可以作为信用评估的参考因素。大数据的应用可以为信用分析带来质的飞跃，开放个人征信系统将有效缓解信息不对称，促进互联网保险健康发展。

观研天下发布的《2018年中国互联网保险行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网保险行业发展概述

第一节 互联网保险行业发展情况概述

一、互联网保险行业相关定义

二、互联网保险行业基本情况介绍

三、互联网保险行业发展特点分析

第二节 中国互联网保险行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网保险行业产业链条分析

三、中国互联网保险行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网保险行业生命周期分析

一、互联网保险行业生命周期理论概述

二、互联网保险行业所属的生命周期分析

第四节 互联网保险行业经济指标分析

一、互联网保险行业的赢利性分析

二、互联网保险行业的经济周期分析

三、互联网保险行业附加值的提升空间分析

第五节 中国互联网保险行业进入壁垒分析

一、互联网保险行业资金壁垒分析

二、互联网保险行业技术壁垒分析

三、互联网保险行业人才壁垒分析

四、互联网保险行业品牌壁垒分析

五、互联网保险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网保险行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网保险行业发展历程回顾

第二节 全球互联网保险行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网保险行业地区市场分析

一、亚洲互联网保险行业市场现状分析

二、亚洲互联网保险行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网保险行业市场前景分析

第四节 北美互联网保险行业地区市场分析

一、北美互联网保险行业市场现状分析

二、北美互联网保险行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网保险行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网保险行业地区市场分析

一、欧盟互联网保险行业市场现状分析

二、欧盟互联网保险行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网保险行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网保险行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网保险行业市场规模预测

第三章 中国互联网保险产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品互联网保险总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网保险行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网保险产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国互联网保险行业运行情况

第一节 中国互联网保险行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网保险行业市场规模分析

第三节 中国互联网保险行业供应情况分析

第四节 中国互联网保险行业需求情况分析

第五节 中国互联网保险行业供需平衡分析

第六节 中国互联网保险行业发展趋势分析

第五章 中国互联网保险所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网保险所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网保险所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网保险所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国互联网保险市场格局分析

第一节 中国互联网保险行业竞争现状分析

一、中国互联网保险行业竞争情况分析

二、中国互联网保险行业主要品牌分析

第二节 中国互联网保险行业集中度分析

一、中国互联网保险行业市场集中度分析

二、中国互联网保险行业企业集中度分析

第三节 中国互联网保险行业存在的问题

第四节 中国互联网保险行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网保险行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互联网保险行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网保险行业消费特点

第二节 中国互联网保险行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网保险行业成本分析

第四节 互联网保险行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互联网保险行业价格现状分析

第六节 中国互联网保险行业平均价格走势预测

一、中国互联网保险行业价格影响因素

二、中国互联网保险行业平均价格走势预测

三、中国互联网保险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网保险行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网保险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区互联网保险市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网保险市场规模分析

四、华东地区互联网保险市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区互联网保险市场规模分析

四、华中地区互联网保险市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区互联网保险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网保险行业竞争情况

第一节 中国互联网保险行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国互联网保险行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国互联网保险行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 互联网保险行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网保险行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网保险行业未来发展前景分析

一、互联网保险行业国内投资环境分析

二、中国互联网保险行业市场机会分析

三、中国互联网保险行业投资增速预测

第二节中国互联网保险行业未来发展趋势预测

第三节中国互联网保险行业市场发展预测

一、中国互联网保险行业市场规模预测

二、中国互联网保险行业市场规模增速预测

三、中国互联网保险行业产值规模预测

四、中国互联网保险行业产值增速预测

五、中国互联网保险行业供需情况预测

第四节中国互联网保险行业盈利走势预测

一、中国互联网保险行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网保险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网保险行业投资风险与营销分析

第一节 互联网保险行业投资风险分析

一、互联网保险行业政策风险分析

二、互联网保险行业技术风险分析

三、互联网保险行业竞争风险分析

四、互联网保险行业其他风险分析

第二节 互联网保险行业企业经营发展分析及建议

一、互联网保险行业经营模式

二、互联网保险行业销售模式

三、互联网保险行业创新方向

第三节 互联网保险行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网保险行业品牌战略分析

一、互联网保险企业品牌的重要性

二、互联网保险企业实施品牌战略的意义

三、互联网保险企业品牌的现状分析

四、互联网保险企业的品牌战略

五、互联网保险品牌战略管理的策略

第二节中国互联网保险行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网保险行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网保险行业发展策略及投资建议

第一节中国互联网保险行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国互联网保险行业定价策略分析

第三节中国互联网保险行业营销渠道策略

- 一、互联网保险行业渠道选择策略
- 二、互联网保险行业营销策略

第四节中国互联网保险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国互联网保险行业重点投资区域分析
- 二、中国互联网保险行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340234340234.html>